



たまねぎを2倍に増量！「芳醇重ね製法」で本格感をさらに追求

発売 30 周年のキューピー「テイステイドレッシング」シリーズで 主力商品「黒酢たまねぎ」をリニューアル 同時にシリーズ全 7 品のデザインを刷新

8月17日(木)から全国に出荷

キューピー株式会社

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 社長 執行役員：高宮 満、以下キューピー）は、今年発売 30 周年を迎えるキューピー「テイステイドレッシング」シリーズの主力商品「黒酢たまねぎ」をリニューアルし、同時にシリーズ全 7 品のデザインを刷新します。

発売 10 年でシリーズ No.1 に成長した「黒酢たまねぎ」。新製法採用とたまねぎ倍増で、もっと“かけるだけでごちそう”に

「テイステイドレッシング」シリーズは、“素材の組み合わせによる奥深い味わいで、かけるだけでごちそうになる”をコンセプトに、1993 年に誕生しました。本格的な味わいとトレンドをいち早く取り入れたアイテム展開が支持され、30 年にわたりドレッシングの市場拡大をけん引してきました。

中でも 2013 年に発売し、独自原料「大麦黒酢」の芳醇な味わいとたまねぎの甘みが特徴の「黒酢たまねぎ」は、オンリーワン商品として市場に定着し、同シリーズ売上 No. 1 に成長しました。今回発売から 10 年を迎え、調理感を出す新製法「-黒酢に深み-芳醇重ね製法™」を採用し、黒酢の芳醇なコクがさらにアップしました。また、たまねぎの配合量を約 2 倍に増やし、具材感も大幅に向上しました。



シリーズ全体では、発売 30 周年を機に、ストライプ柄でより上質感のあるデザインに刷新するとともに、国内調味料として初めて※1、再生 PET 樹脂※2 を 100% 使用したリサイクルボトルを採用します※3。

サステナビリティトピックス <https://www.kewpie.co.jp/sustainability-topics/202307/>

キューピーは、「テイステイドレッシング」シリーズの特徴である“本格感”のさらなる追求に加え、環境負荷低減にも取り組むことで、健康的な食生活と持続可能な社会の実現に貢献していきます。

※1 キューピー調べ

※2 主に清涼飲料水用のペットボトルを回収し、粉碎・洗浄後、高温下で一定時間処理し、汚れを除去する方法「メカニカルリサイクル（物理的再生法）」で再生した PET 樹脂。

※3 [キューピーアヲハタニュース 2023 年 No. 51](#) 参照

商品の概要は以下の通りです。

1. 商品名・内容量・価格・賞味期間

| ブランド | 商品名 | 内容量 | 参考小売価格 | 賞味期間 |
|-------|-----------------------|-------|------------------------|------|
| キューピー | テイスティドレッシング 黒酢たまねぎ | 210ml | 336 円(税抜) 363 円(税込) | 9 カ月 |

2. 出荷日

2023 年 8 月 17 日(木)から全国に出荷

3. 商品特徴

たまねぎの甘みと大麦黒酢の芳醇な香りを生かし、味わい深く仕上げました。 Grillした野菜やお肉を使ったサラダによく合います。



メニュー例： Grillチキンの黒酢たまねぎサラダ

4. 販売目標

20 億円（単品／小売ベース／年間換算）

【キューピー「テイスティドレッシング」シリーズについて】

“素材の組み合わせによる奥深い味わいで、かけるだけでごちそうになる”をコンセプトに 1993 年に誕生。トレンドをいち早く取り入れたアイテム展開で、ドレッシングの市場拡大をけん引してきました。コクとうま味にこだわり、サラダだけでなく肉や魚介の主菜もおいしく食べられるように設計したシリーズです。

▽キューピー「テイスティドレッシング」シリーズの歩み



▽現在のキューピー「テイスティドレッシング」シリーズ全 7 品

リニューアル

